

**NASKAH PUBLIKASI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN  
PENGUNA *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG  
DI GLORIA *CELL* SRAGEN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**BRILYAN MIRAJA MEDAN**  
**B 100090182**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2015**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A.Yani Tromol Pos I – Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417 Fax : 615448 Surakarta 57102

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi:

Pembimbing Utama: Muzakar Isa, SE., M.Si.

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah yang merupakan ringkasan skripsi akhir dari mahasiswa:

Nama : Brilyan Miraja Medan  
NIM : B 100 090 182  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
Jenis : Skripsi  
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA *HANDPHONE*  
MEREK SAMSUNG DI GLORIA *CELL* SRAGEN

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat digunakan seperlunya.

Surakarta, 2 Nopember 2015

Pembimbing Utama

Muzakar Isa, SE., M.Si.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. H. Triyono, SE, M.Si.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi layar, dan memori terhadap kepuasan konsumen *handphone* merek Samsung di Gloria Cell Sragen serta menganalisis faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang penarikan kesimpulannya didasarkan pada angka-angka yang diolah secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan konter Gloria Cell di Sragen. Sampel diambil sebanyak 100 orang pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Atribut produk yang terdiri dari desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi layar, dan memori secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *handphone* Samsung di Gloria Cell Sragen. Terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $72,809 > 2,29$ ) pada taraf signifikansi 5%. Artinya puas atau tidaknya konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap karakteristik produk *handphone* merek Samsung. Karakteristik produk *handphone* merek Samsung yang dijual di Gloria Cell telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas; 2) Garansi merupakan faktor yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil uji t untuk garansi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,446, lebih tinggi dari  $t_{hitung}$  variabel lainnya. Hal ini berarti jaminan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk merupakan faktor yang menjadikan konsumen merasa puas terhadap produk.

*Kata kunci: atribut produk, kepuasan konsumen*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pengguna telepon genggam atau *handphone* saat ini sangat pesat. Ponsel tidak lagi dianggap sebagai barang mewah yang hanya bisa dimiliki oleh orang-orang kaya saja. Harga ponsel yang makin terjangkau, kartu perdana dan pulsa isi ulang yang relatif murah dan mudah didapat membuat pengguna telepon seluler meningkat. Fenomena semakin meningkatnya penggunaan *handphone* membuat para produsen *handphone* berlomba-lomba menawarkan produk dengan berbagai fitur unggulan untuk menarik minat beli konsumen.

Kondisi pemasaran produk *handphone* yang semakin dinamis, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi. Setiap saat baik melalui media televisi, radio, koran, majalah ataupun internet kita melihat peluncuran produk baru yang seolah tidak pernah berhenti. Produk-produk yang ditawarkan begitu beragam dengan atribut yang juga sangat bervariasi. Hal ini tentu membuat para konsumen menjadi lebih leluasa dalam menentukan pilihannya. Sementara dampaknya bagi produsen, hal ini menjadi tantangan yang membuat produsen harus bekerja lebih keras untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Menurut Kotler (2002:21) rata-rata perusahaan kehilangan setengah pelanggannya dalam waktu kurang dari 5 tahun. Di lain pihak, perusahaan - perusahaan dengan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan yang tinggi akan kehilangan kurang dari 20% pelanggannya dalam 5 tahun. Dengan demikian, merupakan tugas perusahaan dan perjuangan para pemasar untuk menciptakan pelanggan-pelanggan yang puas dan loyal.

Atribut produk yang bermutu merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tjiptono (2002: 02) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakaiannya. Kepuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Kepuasan pengguna *handphone* tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap *handphone* yang dibelinya maka akan mencari merek lain yang memuaskan. Loyalitas konsumen merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Pelanggan yang puas terhadap produk dan loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk melakukan *switching* (berpindah merek), menjadi *strong word of mouth*. Seorang pelanggan yang puas akan mengurangi usaha mencari merek baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi. Selain itu ada keyakinan yang kuat bahwa loyalitas yang dibentuk oleh kepuasan memiliki hubungan dengan profitabilitas/laba (Darsono 2004: 62).

Samsung merupakan salah satu merek *handphone* yang sudah terkenal dan mendapat tempat di hati konsumen. Produsen *handphone* merek Samsung menyadari bahwa untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggannya

adalah bukan tugas yang mudah. Hal ini mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek-aspek psikologis serta perubahan kondisi lingkungan yang mempengaruhi aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural pelanggan. Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen. Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Dharmmesta, 2005: 92).

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2008: 72), salah satu upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan mengembangkan produk. Atribut produk yang melekat pada barang merupakan masalah yang harus dibuat strateginya. Konsumen menilai atribut produk yang mereka terima dengan harapan mereka atas atribut tersebut. Atribut Produk yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh kesesuaian antara atribut yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Atribut produk merupakan segala hal yang melekat pada produk atau menjadi bagian dari produk itu sendiri. Menurut Guntur (2010:140), Atribut produk meliputi merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap, dan garansi. Menurut Peter dan Olson (dalam Wijaya, 2010:33), Atribut produk meliputi desain, fitur, tipe, harga, diskon, bonus, garansi, servis, berat, warna, resolusi layar, dan memori. Mengembangkan suatu produk mencakup penerapan

manfaat yang akan disampaikan produk. Manfaat ini didikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk seperti mutu, sifat, dan rancangan. Keputusan mengenai atribut produk ini sangat penting dalam mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk.

Terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak, antara lain membina hubungan yang harmonis antara konsumen dengan perusahaan, memberikan dasar bagi pembelian ulang dan terciptanya konsumen yang loyal. Loyalitas pelanggan sangat diharapkan oleh perusahaan selain dapat meningkatkan laba, juga sebagai alat promosi yang paling baik. Karena pelanggan yang loyal akan menceritakan pengalamannya selama memakai produk dari perusahaan lain kepada konsumen lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, apakah desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi layar, dan memori berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *handphone* merek Samsung di Gloria Cell Sragen?; *Kedua*, faktor apakah di antara desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi layar, dan memori yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen *handphone* merek Samsung di Gloria Cell Sragen?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey yang bermaksud melakukan pengujian hipotesis dengan analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi pelanggan konter Gloria Cell di Sragen. Sampel diambil sebanyak 100

orang pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (sampling dengan kriteria tertentu).

Data diperoleh dari data primer yaitu data yang langsung diperoleh oleh responden dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden. Teknik Analisis Data menggunakan: 1) Uji Instrumen, dilakukan uji validitas dan reliabilitas; 2) Uji asumsi klasik, dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas; dan Uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independennya.

## HASIL PENELITIAN

Untuk menganalisis pengaruh karakteristik produk *handphone* merek Samsung (desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi, dan memori) terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis regresi ganda. Dari hasil analisis didapatkan nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 1  
Hasil Analisis Regresi Berganda

	Koefisien	$t_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	-6,372			
Desain	0,286	2,739	0,007	Ho ditolak
Fitur	0,322	4,266	0,000	Ho ditolak
Garansi	0,730	4,448	0,000	Ho ditolak
Berat	-0,369	-2,076	0,041	Ho ditolak
Warna	0,415	3,421	0,001	Ho ditolak
Resolusi	0,877	3,893	0,000	Ho ditolak
Memori	0,300	2,802	0,006	Ho ditolak
$R^2$	0,847			
F Statistik	72,809		0,000	Ho ditolak

Sumber: data primer diolah



Berdasarkan hasil analisis di atas, maka persamaan garis regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = -6,372 + 0,286.X_1 + 0,322.X_2 + 0,730.X_3 - 0,369.X_4 + 0,415.X_5 + 0,877.X_6 + 0,300.X_7$$

Persamaan menunjukkan bahwa karakteristik produk (desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi, dan memori) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

1. Hipotesis 1 (pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen)

Hasil uji hipotesis pertama memperoleh hasil bahwa desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi, dan memori secara simultan maupun secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap karakteristik produk *handphone* merek Samsung dan hipotesis 1 dinyatakan diterima.

Atribut Produk merupakan salah satu faktor pembentuk Kepuasan Pelanggan. Kotler (2002:122) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan

Seperti diketahui, konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut sebagai evaluasi alternatif. Hasil dari proses evaluasi konsumsi adalah konsumen puas atau

tidak puas terhadap produk / merek yang telah dilakukannya. Adanya kepuasan disertai sikap loyal, diharapkan konsumen akan selalu menggunakan produk tersebut. Apabila atribut produk tersebut memenuhi keinginan dan kebutuhan, konsumen akan puas dan melakukan pembelian ulang. Jika tidak memenuhi keinginan dan kebutuhannya, konsumen akan kecewa dan berpaling pada produk lain.

Penilaian konsumen tentang indikator atribut produk *handphone* merek Samsung sebagian besar menilai bahwa: produk Samsung memiliki kualitas yang baik, sehingga konsumen merasa bahwa harga beli Produk Samsung sesuai dengan produknya. Produk Samsung memiliki kualitas produk kosmetik yang baik karena dilihat dari fitur, garansi, berat, warna, resolusi, dan memori *handphone*. Dapat dikatakan bahwa atribut produk Samsung mendapat penilaian yang baik dari konsumen sehingga meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Penciptaan konsumen yang puas dimulai dari penciptaan atribut produk yang baik, dalam jangka panjang yang puas dimulai dari penciptaan kualitas yang baik pada produk.

- a. Desain *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh kualitas desain *handphone*. Desain *handphone* yang baik, menarik, dan modern menyebabkan konsumen merasa puas.
- b. Fitur *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh kelengkapan fitur *handphone*.

*Handphone* Samsung yang memiliki fitur lengkap menyebabkan konsumen merasa puas.

- c. Pemberian garansi *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan oleh ada tidaknya garansi *handphone*. *Handphone* merek Samsung yang memberikan garansi menyebabkan konsumen merasa puas.
- d. Berat *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan oleh dimensi berat *handphone*. Semakin ringan berat *handphone* maka konsumen merasa puas.
- e. Warna *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh kesesuaian warna *handphone*. Kesesuaian pilihan warna *handphone* menyebabkan konsumen merasa puas.
- f. Resolusi layar *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh besarnya resolusi layar *handphone*. Resolusi yang tinggi dari layar *handphone* menyebabkan konsumen merasa puas.
- g. Memori *handphone* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh kapasitas memori *handphone*. Semakin besar memori *handphone* maka konsumen semakin puas.

## 2. Hipotesis 2 (faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen)

Hasil uji hipotesis kedua memperoleh hasil bahwa garansi memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil uji t untuk garansi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,446, lebih tinggi dari  $t_{tabel}$  variabel lainnya. Hal ini berarti jaminan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk merupakan faktor yang memuaskan konsumen.

Garansi merupakan janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberikan ganti rugi bila produk ternyata tidak dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Jika janji tersebut ditepati perusahaan, maka konsumen merasa puas terhadap produk. Adanya jaringan service center merek Samsung yang luas dan teknisi yang handal mampu memberikan dukungan garansi yang baik. Setiap kasus selalu ditangani dengan baik. Hal ini tentu membuat konsumen merasa puas. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Hutomo (2012) yang menyimpulkan bahwa atribut produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **PENUTUP** **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, ada pengaruh yang signifikan desain, fitur, garansi, berat, warna, resolusi layar, dan memori secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pengguna *handphone* Samsung di Gloria Cell Sragen. Terbukti dari hasil uji F yang memperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $72,809 > 2,29$ ) pada

taraf signifikansi 5%. Artinya puas atau tidaknya konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap karakteristik produk *handphone* merek Samsung. Karakteristik produk *handphone* merek Samsung yang dijual di Gloria Cell telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas; *Kedua*, garansi merupakan faktor yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Terbukti dari hasil uji t untuk garansi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,446, lebih tinggi dari  $t_{hitung}$  variabel lainnya. Hal ini berarti jaminan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk merupakan faktor yang menjadikan konsumen merasa puas terhadap produk.

### **Saran**

Dari beberapa kesimpulan di atas, maka disampaikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu: *Pertama*, pihak Gloria Cell harus meningkatkan pengetahuan karyawannya di bidang produk tersebut sehingga dapat melayani konsumen yang informasi tentang produk. Pihak Gloria Cell perlu membangun hubungan yang baik dengan distributor *handphone* sehingga mudah melakukan *retur* atau penukaran jika produk *handphone* ada kecacatan. Hal ini dilakukan agar konsumen puas dengan layanan Gloria Cell. Pihak Gloria Cell Sragen hendaknya berusaha menyelesaikan setiap permasalahan yang dikeluhkan pasien hingga tuntas, tidak hanya menampung keluhan mereka. Manajemen Gloria Cell Sragen harus menyiapkan karyawan dan petugas yang profesional dan mengerti bagaimana melayani konsumen.

Karyawan Gloria Cell harus memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang memadai dalam bidang pelayanan, bersikap sopan dalam melayani

pelanggan, dan cepat tanggap akan apa yang diinginkan oleh konsumen. Karyawan Gloria Cell harus meningkatkan kesabarannya dan berusaha semaksimal mungkin membantu permasalahan konsumen. Pihak Gloria Cell Sragen sebaiknya meningkatkan fasilitas pelayanan dengan ruang yang sejuk, bersih, ventilasi udara yang memadai, penerangan yang memadai, dan pengadaan tempat parkir yang memadai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. 2005. *Azas-azas Marketing*. Jilid I. Yogyakarta: Liberty.
- Guntur, Effendi. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran dan Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto
- Hutomo, Agyl Satrio. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis Universitas Gunadarma*.
- Kotler, Phillip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku Satu, Salemba Empat Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller K. 2008. *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua Belas Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Supranto, J., 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset
- Wijaya, Sari. 2010. *Analisa Kepuasan Senior Market Terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Bintang 4 dan Bintang 5 di Surabaya*. digitaly-puslit-petra. [www.petra.ac.id](http://www.petra.ac.id). Diakses 22 Agustus 2015